

*eduardo de oliveira jurek*

**FUTURAE** ➡

futurae: o portal de tendências do design ufsc

*florianópolis*  
**2018**

# banca examinadora

*orientador prof. Tiago Raijche Mattozo*

*prof. Israel Braglia*

*prof. Luiz Salomão Ribas Gomez*





## agradeci mentos

Agradeço aos privilégios que me permitiram cursar esta universidade;  
agradeço minha família por...tudo;  
agradeço aos seres humanos que convivem comigo pelo amor que me dão;  
agradeço a Fernanda Iervolino e Tiago Mattozo pelos conselhos profissionais e por toda a dedicação junto à mim neste trabalho

# resum o

No intuito de criar produtos e serviços cada vez melhores, os profissionais de áreas criativas perceberam que não era só da tentativa e erro que suas profissões deveriam depender, mas sim de estudos lógicos e precisos que pautassem suas decisões projetuais.

Neste contexto surgiu a pesquisa de tendência, que monitora, entende, vasculha, sente, e transmite aos demais o que as pessoas estão vestindo, comendo, ouvindo e também o que vão vestir, comer, ouvir...

O designer hoje precisa estar muito alinhado à isso, visto que ter acesso à pesquisas de tendências é um diferencial mercadológico.

O curso de design da universidade federal de santa catarina exige de seus alunos em prática projetual a análise de pesquisas de tendências, porém nem sempre os alunos tem acesso a materiais de qualidade.



No mesmo curso da mesma universidade existe um projeto focado exatamente nesta pesquisa, gerando material que poderia ser usado pelos alunos do curso.

Este projeto visa expandir o acesso dos trendbooks desenvolvidos no p14 (projeto de tendências) aos demais alunos do curso e posteriormente, a comunidade, no intuito de gerar conteúdo que agregue às práticas projetuais dos alunos e que gere valor aos micro e pequenos empresários que fazem parte do universo ufsc.

<http://eduardojurek6.wixsite.com/futurae2>





# sumári o



<b>agradecimentos.....</b>	<b><u>3</u></b>
<b>resumo.....</b>	<b><u>4</u></b>
<b>introdução.....</b>	<b><u>9</u></b>
<b>objetivo geral.....</b>	<b><u>13</u></b>
objetivos específicos.....	<u>14</u>
justificativa.....	<u>15</u>
<b>metodologia.....</b>	<b><u>16</u></b>
<b>delimitações de projeto.....</b>	<b><u>19</u></b>
<b>desenvolvimento.....</b>	<b><u>20</u></b>
eixo de conceito.....	<u>21</u>
eixo de conteúdo.....	<u>58</u>
<i>subeixo organização.....</i>	<i><u>71</u></i>
<i>subeixo fluxo.....</i>	<i><u>91</u></i>
eixo de funcionalidades.....	<u>93</u>
eixo de experiência.....	<u>98</u>
<i>subeixo usabilidade.....</i>	<i><u>105</u></i>
usabilidade visual.....	<u>103</u>
eixo de superfície.....	<u>114</u>
<b>considerações finais.....</b>	<b><u>118</u></b>
<b>referências.....</b>	<b><u>122</u></b>

FUTURAE ➤







# introduçã o

A criatividade humana sempre teve um papel propulsor na sociedade. Invenções, descobertas e achados definiram e definem o nosso futuro. Nesse contexto futurístico, entender e descobrir o que está por vir despertou o interesse de muitos; “a necessidade de prever o futuro e especular sobre como ele será não é nova na sociedade. Gurus, profetas, oráculos e videntes existem há tanto tempo quanto a própria noção de humanidade” (CALDAS, 2006 apud VANZELLOTTI, P. 2011 p. 2). Do ponto de vista mercadológico, conhecer uma tendência de futuro, significa entregar um produto ou serviço com maior desejabilidade, atraindo mais rapidamente os consumidores futuros.

Quando inovações eram reportadas nos meios de comunicação, a expressão “a frente de seu tempo” vinha como subtítulo. Porém, a sociedade moderna entende que não existem pessoas que prevejam o futuro, mas sim, bons

observadores do presente. Nesse contexto se inserem as pesquisas de tendência, que “em sua trajetória, utilizada meramente para aconselhamento do estilo da moda, torna-se política e de efeito sobre os grandes operadores da sociedade” (PETTERMAN, 2014 apud RECH, 2016. p. 21) que aliada ao design, hoje pode proporcionar a entrega de produtos com maior aceitabilidade e desejabilidade no “futuro”.

Hoje, empresas de pesquisa de tendência, trabalham com equipes estruturadas e estratégicas na construção de reports(1) e trendbooks(2) com informação detalhada com base nas descobertas em campo. Websites como WGSN, Box1824, PSFK, Science of The Time, Trendshunter e livros de tendência desenvolvidos por empresas brasileiras como o SEBRAE, oferecem documentos com minuciosos perfis de consumidores, informando o que eles

gostam, não gostam, quem são, do que se alimentam, etc. Esse tipo de informação é então analisada e previsões de futuro para diversas áreas são lançadas: ideias de novos materiais, cores, formatos e até mesmo sensações: plásticos para simular a sensação de vislumbre, por exemplo. Visto a importância da pesquisa de tendências, a aplicação da mesma no design de produtos e serviços requer acesso a portais, empresas e sites especializados. Porém muitas vezes esse acesso é dificultado por apresentar preços elevados (WGSN, Box1824) e/ou por simplesmente ser difícil de encontrar na internet, como o caso dos books do SEBRAE.

Dentro do curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina, alunos em prática projetual são solicitados a analisar pesquisas de tendências como um requisito de projeto. Por esse motivo se faz necessário o acesso a portais como os já citados. No entanto, um

(1) relatórios de tendência

(2) livros de tendência



dos projetos da grade curricular do curso, o “P14 - Projeto de Tendências”, é destinado justamente a isso: pesquisar tendências.

Tal projeto, coleta informações, as analisa e identifica tendências, entregando trendbooks com muita informação que poderia ser usada para agregar aos demais projetos.

Nesse viés se insere o presente trabalho, que pretende compilar, catalogar e divulgar, por meio de um website com conceito próprio, as pesquisas de tendências desenvolvidas no P14, dentro da UFSC, para que alunos do curso e até mesmo a comunidade externa à universidade tenham acesso a conteúdo de qualidade gratuitamente.

Este website será feito seguindo o método de DICK (2015) composto de cinco etapas: de Conceito, de Conteúdo (dividido em Organização e Fluxo), de Funcionalidades, de Experiência (com sua subetapa Usabilidade) e de

Superfície. O presente método foi escolhido pois apresenta uma lógica linear e bastante detalhes de cada etapa do processo. A metodologia propõe facilitar a criação de publicações digitais, basicamente o que é querido neste trabalho.





## objetivo geral

Criar um portal com conceito próprio que reúna em um repositório o conteúdo das pesquisas de tendência produzido pelo "P14 - Projeto Tendências", do curso de Design, da Universidade Federal de Santa Catarina.

## objetivos específicos

- Reunir e classificar o conteúdo;
- Construir um portal (site) com conceito próprio;
- Informar o usuário do conteúdo de tendências;
- Disponibilizar o conteúdo integral para download;
- Adaptar o site a critérios de usabilidade;





## justificativ a

Contudo, dentro do mesmo curso da mesma universidade, há um projeto que desde 2013 realiza pesquisas de tendência e entrega conteúdo em forma de trendbooks e trendvideos(3) os quais contém dados relevantes em relação a sites citados na introdução. Estes conteúdos, hoje, nem sempre são de conhecimento dos alunos e por consequência acabam não sendo utilizados.

Viu-se a necessidade de divulgar o trabalho para além da esfera do próprio projeto, pois o material pode ajudar outros alunos do design trazendo informações atualizadas de tendências de consumo. Pode também atingir a comunidade externa à UFSC, auxiliando empresários e empreendedores a desenvolver seus produtos e serviços de forma mais coerente com as tendências de consumo.

Como justificativa artística pro projeto, um questionamento sobre o atual sistema de páginas da UFSC na internet, que são desatualizadas e sem apelo estético nenhum.

**/15\**

**A**lunos dos projetos do curso de Design da UFSC, recebem como requisito de projeto a utilização de pesquisas de tendência, como pode ser visto no questionário com os usuário. Porém muitas vezes, a dificuldade de acesso à portais e sites especializados, acaba prejudicando e atrasando o trabalho dos alunos, que precisam recorrer a métodos alternativos, como pesquisar por conta própria.

(3) vídeos de tendência



metodologi  
a



O atual trabalho utilizou o conjunto de orientações de DICK (2015), onde as orientações são organizadas em cinco eixos: de Conceito, de Conteúdo (dividido em Organização e Fluxo), de Funcionalidades, de Experiência (com seu subeixo Usabilidade) e de Superfície, todos circundados por testes e validações conforme representação gráfica ao lado.

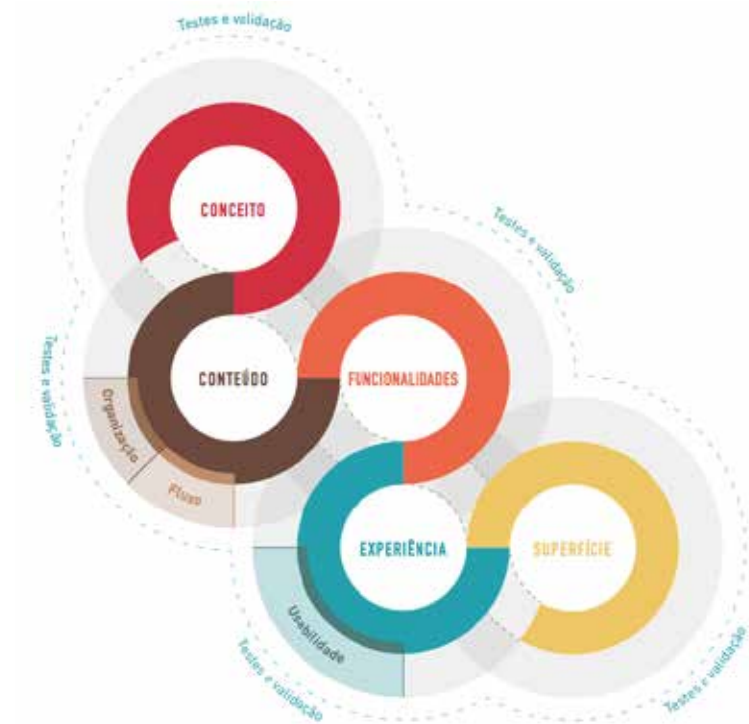


fig. 1 - representação visual do método // fonte: DICK, M. 2015

De acordo com Dick (2015), as etapas significam:

■ Eixo de Conceito: Envolve as definições iniciais da publicação digital, como o usuário/leitor da publicação, requisitos, o estudo de similares, a criação de um conceito para a publicação, as possibilidades do ambiente digital e a possibilidade de converter a publicação em diferentes formatos sendo compatível com diferentes dispositivos (smartphone, tablet, desktop). Essas influenciarão nas decisões dos próximos eixos.

■ Eixo de Conteúdo: Abrange a definição e a organização do conteúdo, também a estruturação da publicação.

■ Eixo de Funcionalidades: Aponta possíveis recursos interativos da publicação digital e funcionalidades do suporte.

■ Eixo de Experiência: Considera aspectos de experiência do usuário, ergonomia e usabilidade.

■ Etapa de Superfície: Trata das dimensões de apresentação e visualização do conteúdo.

Utilizando o método proposto, o projeto do website pode seguir passos mais claros na direção de um produto final que atenda as necessidades, bem como agrade o público alvo. Dessa forma, o método auxiliou nas tomadas de decisões em todas as etapas, gerando melhores alternativas e soluções.



## delimitações de projeto

Devido ao grande volume de conteúdo o projeto limitou a quantidade deste, que foi transposto para a plataforma online. Apenas um trendbook, escolhido de forma aleatória foi inserido no projeto pelo autor. Essa delimitação ocorreu devido ao curto espaço de tempo que havia disponível.



## desenvol vimento

Seguindo a tese de mestrado de Dick (2015), o presente trabalho será desenvolvido de acordo com as fases a seguir.



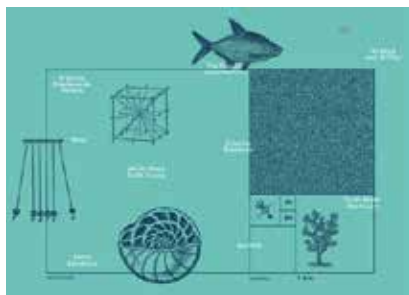
## eixo de conceito

Seguindo o método de Dick (2015), nesta etapa se analisou os similares parametricamente, analisou-se os usuários, definiu-se um conceito e extraíram-se o requisitos de projeto.

## análise de similares

Cinco portais foram analisados com variáveis definidas pelo autor: nome, presença de cores, tipografia, presença de imagens na homepage, localização dos menus, e se oferecem conteúdo gratuito ou não. Os portais analisados foram Box1824, PSFK, TrendHunter, Science of the Time e WGSN.

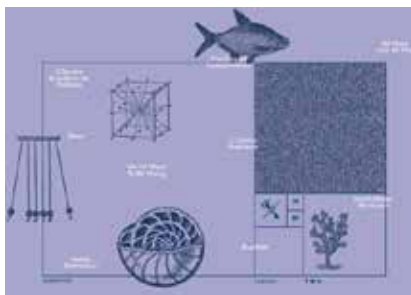
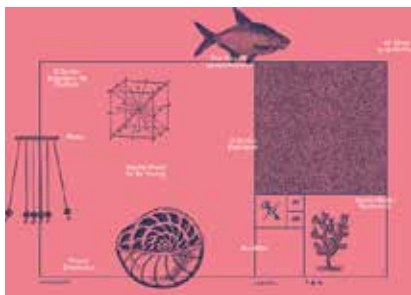
**Box1824** - Endereço web: <https://www.box1824.com.br>;



NOME: Box 1824 - Box (do inglês, caixa) e 1824 pois a empresa acreditava, em seu início, que jovens de 18 a 24 anos estavam no centro primário de influência na sociedade global de consumo (AMORIM, 2011).

CORES: O site trabalha com um sistema que em cada acesso, uma cor diferente assume o background da página (Figuras 3 e 4). As cores, entretanto, são sempre sutis e em uma tonalidade pastel.

fig. 2,3,4 - variações de cor da homepage do portal box1824 // fonte: box1824



PRESENÇA DE IMAGENS NA HOMEPAGE: Há a presença de ilustrações estilizadas espalhadas em locais “fora da caixa”, ou seja, em locais diferentes dos que os usuários podem estar acostumados. As ilustrações também se alteram (figuras 3 e 4), como acontece com as cores, e elas são relacionadas com o link próximo, dando pistas ao leitor, do que se trata a seção em que ele está prestes a clicar.

QUANTIDADE E LOCALIZAÇÃO DOS MENUS: Não há um menu específico, somente links dispersos com o título de algum dos materiais disponibilizados pela empresa. Ao clicar sobre algum dos links, um texto-resumo aparece na seção superior direita do site, com outro link que encaminha para o conteúdo. A caixa, antes de ser clicada, permanece com um gif que se assemelha ao estático das televisões. (Figura 3)

CONTEÚDO GRATUITO: Todo o conteúdo do site é gratuito; todos em forma de estudos em texto ou reports em vídeo. A empresa oferece outros serviços mais aprofundados, porém, não há indicações na homepage do site. Para isso, deve-se entrar em contato com a empresa a fim de contratá-la.

TIPOGRAFIA: Moderna, geométrica e sem serifa. Se apresenta em itálico nos textos-resumo das seções do site.

RESPONSIVO? Sim



fig. 5 - homepage box1824 mobile // fonte: box1824



NOME: PSFK - O nome surgiu quando os dois fundadores decidiram criar um website para reunir todas as informações sobre tendências que eles trocavam por email. Seus nomes eram Piers and Simon (Fawkes and King - seus sobrenomes, respectivamente). (PESSIS, 2009)

**PSFK** - Endereço web: <https://www.psfk.com/>; >



fig. 6 - homepage portal PSFK // fonte: PSFK

CORES: Utiliza as cores roxo, preto e branco. O roxo faz parte do branding da empresa, inclusive sendo utilizado para designar serviços premium.



fig. 7 - planos de membresia// fonte: PSFK

PRESENÇA DE IMAGENS NA HOMEPAGE: Não há imagens referente ao branding da empresa na homepage. Existe apenas uma animação fechando o quadrado de “frame the future” e as imagens existentes são vinculadas a conteúdo, portanto se relacionam ao conteúdo e não diretamente ao conceito do website.

QUANTIDADE E LOCALIZAÇÃO DOS MENUS: Há um menu superior, fixo, contendo os serviços oferecidos. No canto superior esquerdo consta o ícone atrelado, por convenção, do menu. Neste menu, há a possibilidade de explorar um setor específico (mercado, propaganda ou design, cada um com sua profundidade própria) ou ir à outras seções do site. No rodapé há um menu mais voltado para assuntos institucionais, como contato, localização e links úteis para conhecer mais a empresa. O botão de home fica no lado contrário ao convencional, portanto, no canto superior direito do site.

CONTEÚDO GRATUITO: Há alguns reports e artigos gratuitos com alguma informação de tendência, mas maioria do conteúdo tem caráter de notícia, mostrando cool examples(4) coletados ao redor do mundo. O conteúdo mais aprofundado é restrito a membros premium ou sob compra do produto.

TIPOGRAFIA: Moderna, geométrica e sem serifa. O espaçamento entre fontes (tracking) é maior do que o normal em algumas áreas do website.

RESPONSIVO? Sim



fig. 8 - página "sobre" // fonte: PSFK

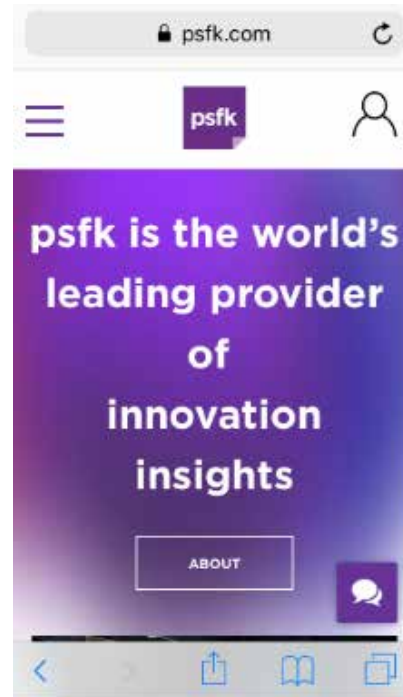
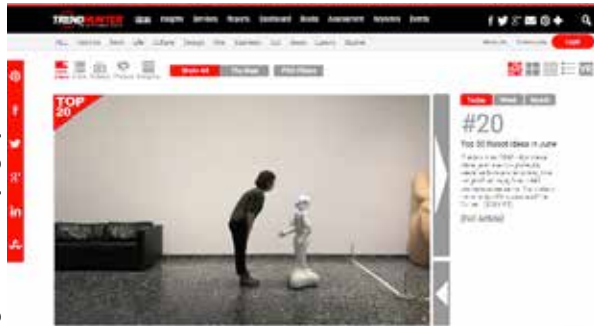


fig. 9 - homepage portal PSFK mobile // fonte: PSFK

**TRENDSHUNTER**- Endereço web:  
<https://www.trendhunter.com/>;

NOME: Trendhunter. O nome, em inglês, significa “caçador de tendências” e descreve brevemente a função do site.

CORES: Utiliza as cores vermelho, preto e branco em suas versões puras. O vermelho possui alta saturação. Utilizam de outras cores saturadas para definir cada categoria do site. A cor é aplicada somente nos links, títulos e ícones.

PRESENÇA DE IMAGENS NA HOMEPAGE: Não há imagens referente ao branding da empresa na homepage. As imagens existentes são vinculadas a conteúdo, portanto se relacionam ao conteúdo e não diretamente ao conceito do website.

### QUANTIDADE E LOCALIZAÇÃO

DOS MENUS: O site possui no total sete menus, conforme apresentado na Figura 8.

Um menu superior com as informações mais corporativas do website/empresa redes sociais e botão “buscar”. Logo abaixo, há um menu com as categorias da informação que consta no site, sobre a empresa, comunidade e login para membro pro do site.

Há três menus de personalização do site: o primeiro, localizado no canto superior esquerdo, permite o usuário escolher o tipo de informações que deseja ver: se deseja ver ideias, listas, fotos, vídeos ou insights, sendo a última opção restrita a membros pro do site.

O segundo menu de personalização é na verdade um filtro que permite escolher visualizar todo o conteúdo, somente o classificado como “melhor” ou se deseja aplicar algum outro filtro, restrito à membros pro do site.

O último menu de personalização permite escolher o modo de visualização do site, com quatro opções de layout disponíveis.

Um menu lateral fixo contendo os botões de compartilhamento nas redes sociais. Clicando em um dos botões do menu, o usuário é redirecionado à página da rede social para compartilhamento imediato.

O último menu se encontra na parte inferior do site e contém links corporativos bem como o direito autoral do site.

CONTEÚDO GRATUITO: A maioria do conteúdo é gratuito, em forma de notícias e cool examples. Oferece alguns reports gratuitos, com informações de tendência. Apesar da grande quantidade de conteúdo gratuito, existe



fig. 11 - localização dos menus // fonte: trendhunter

uma versão PRO, que é acessado somente com login e senha. A versão PRO facilita a usabilidade do usuário, permitindo filtros e pesquisas mais apuradas, tornando o trabalho do usuário mais fácil e rápido.

RESPONSIVO? Sim

TIPOGRAFIA: Moderna, geométrica e sem serifa. Utilizam uma grande quantidade de ícones para facilitar a leitura.



fig. 12 - iconografia do site // fonte: trendhunter

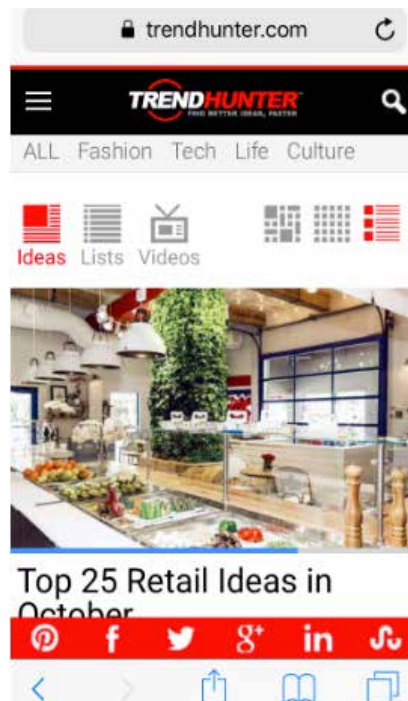


fig. 13 - homepage portal trendhunter mobile // fonte: trendhunter

**SCIENCE OF THE TIME** - Endereço

web:<http://scienceofthetime.com/>;



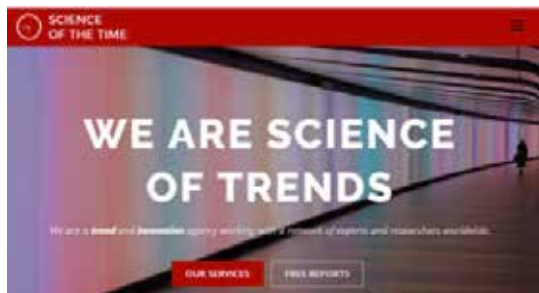
NOME: Science of the time, do inglês, “ciência do tempo”, o nome dá indícios ao usuário do tipo de conteúdo que oferece.

CORES: O site usa as cores vermelho, preto e branco. O vermelho, entretanto, possui mais preto, portanto é mais escuro.

PRESENÇA DE IMAGENS NA HOMEPAGE: Existem três imagens que se alternam no cabeçalho do site, num carrossel que transita com fade. A imagem de uma ampulheta, de um túnel luminoso e a ilustração de uma lâmpada (figuras 11, 12 e 13). As imagens permitem uma interpretação do conceito do site: análise através do tempo, transformação/percurso, ideia/inação.



fig. 15, 16 - variações de imagem da homepage do portal science of the time // fonte: science of the time



QUANTIDADE E LOCALIZAÇÃO DOS MENUS: Há dois menus no site. O menu superior é o mapa do site, e contém todas as seções do site. O site não possui páginas, ele trabalha com sistema de “rolagem infinita”, portanto ao clicar sobre um link do menu superior, a página rola até o local do conteúdo na página inicial. O único link que direciona à outra página, é o “signs and seeds”(5) que leva à uma espécie de blog, contendo notícias de inovações ou cool examples.

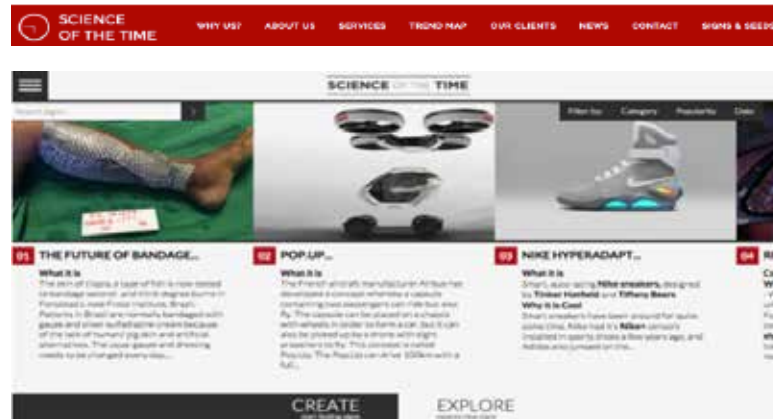
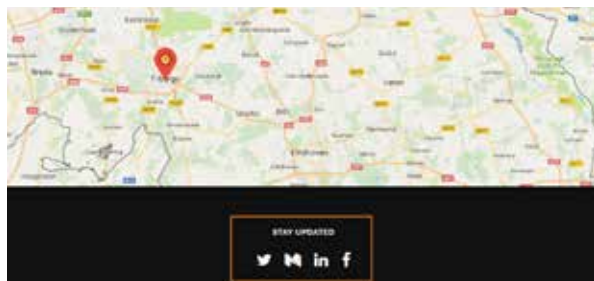


fig. 17 - página signs and seeds // fonte: science of the time

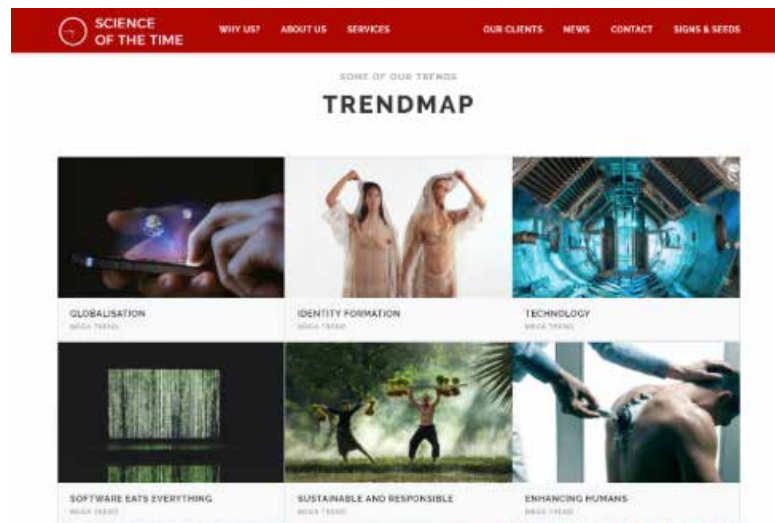
(5) “sinais e sementes” tradução própria

O menu inferior oferece links para as redes sociais da empresa.



CONTEÚDO GRATUITO: Existe conteúdo gratuito.

A empresa disponibiliza mapas de tendências contendo pontos chave para futuras investigações e disponibiliza a página "signs and seeds" que contém relatos de produtos e serviços inovadores ao redor do mundo.



TIPOGRAFIA: Moderna, geométrica e sem serifa. Utiliza a família da fonte para trabalhar a hierarquia.



RESPONSIVO? Sim



fig. 21 - homepage portal science of the time mobile /  
/ fonte: science of the time

**WGSN** - Endereço web: <https://www.wgsn.com/en/>



NOME: WGSN, que significa “Worth Global Style Network”, do inglês, “Rede de estilos globais que vale a pena”.

CORES: Utiliza três cores principais: preto, cinza e azul, conforme a alternância de categorias. Utiliza outras cores para identificar as categorias do site, aplicada somente no cabeçalho da página (Figuras 21 e 22).

PRESENÇA DE IMAGENS NA HOMEPAGE: Na página inicial do site existe uma imagem com um filtro azul aplicado que descaracteriza a foto. Cada página do site possui uma imagem no cabeçalho (Figuras 21 e 22), no mesmo lugar que a imagem da homepage.

fig. 23,24 - variações de cor e imagem da homepage do portal wgsn // fonte: wgsn



### QUANTIDADE E LOCALIZAÇÃO DOS MENUS:

Há três menus no site. O primeiro, localizado no topo da página, permite acesso às categorias que dizem respeito à estrutura do site. Este menu é fixo, porém só fica visível se o usuário estiver rolando o site para cima.

O segundo menu, localizado abaixo do cabeçalho, é um menu fixo, que contém as categorias do conteúdo do site. O último menu, se localiza no final da página e contém as formas de contato com a empresa, uma breve explicação dos serviços oferecidos, links importantes e informações de direitos autorais.



fig. 25 - localização dos menus // fonte: wgsn

CONTEÚDO GRATUITO: A empresa oferece um blog com cool examples pesquisados mundo a fora, gratuitamente. Oferece também alguns “demos” dos serviços oferecidos. Estes são disponíveis para download se o usuário providenciar alguns dados, como email, por exemplo. O restante do serviço é disponível somente sob contratação.

TIPOGRAFIA: Moderna, geométrica e sem serifa.

RESPONSIVO? Sim



fig. 26 - homepage portal wgsn mobile // fonte: wgsn

## usuário

**N**a prática projetual moderna, o usuário ocupa um lugar importante nas fases iniciais do desenvolvimento de qualquer projeto. “É necessário pensar cuidadosamente sobre quem é o usuário e como envolver usuários no processo de design”(6) (Abrás, et al., 2004, tradução livre do presente autor). Levando esta passagem em consideração, se definiu um grupo específico como alvo deste trabalho para que a prática projetual seja mais eficiente: estudantes de design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Com o intuito de melhor conhecer esse usuário, foi realizado um questionário qualitativo com 9 perguntas , que contou com a participação de 31 participantes que responderam o questionário de forma voluntária.

Como resultado, obteve-se que de 31 respondentes, 24 são graduandos do Design da Universidade Federal de Santa Catarina. Por visar a criação de um site de tendências com insumos vindos de um dos projetos da grade curricular do design da UFSC, o projeto atentou às respostas destes que responderam serem alunos atuais do curso.

(6) “It is necessary to think carefully about who is a user and how to involve users in the design process.”





fig. 27 - questionário aplicado // fonte: Typeform (2017)





fig. 28 - questionário aplicado // fonte: Typeform (2017)



fig. 29 - questionário aplicado // fonte: Typeform (2017)

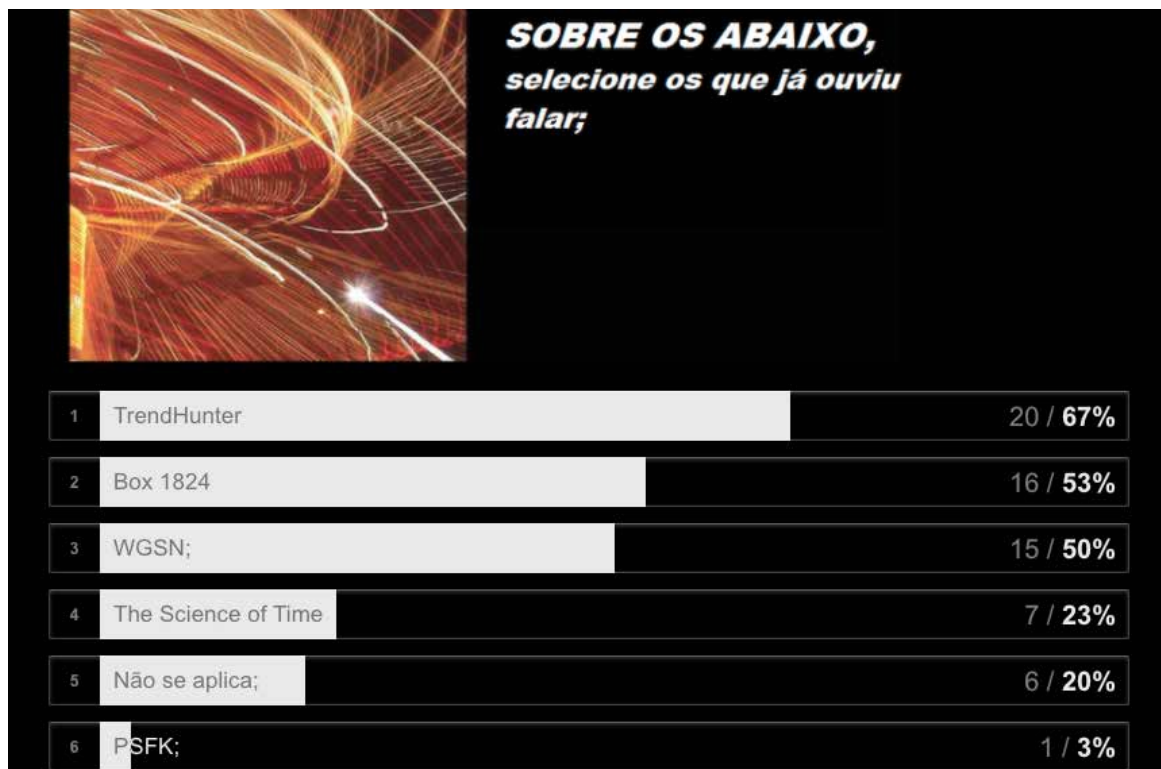


fig. 30 - questionário aplicado // fonte: Typeform (2017)

Quando questionados sobre pesquisa de tendências, 24 pessoas disseram que já se depararam com a etapa de pesquisa de tendências em suas práticas projetuais. 12 disseram conhecer o termo e saber o que ele significa.

Ao serem perguntados sobre o conhecimento de sites que ofereçam o serviço de pesquisa de tendência dentre os estipulados na questão, o mais popular foi o portal Trendhunter, com 20 respondentes dizendo já conhecer o site. Uma questão aberta levantou alguns dados que servem de direcionamento na seleção do conteúdo para ser inserido no site: foi sugerido aos respondentes citar sites que costumam entrar para pesquisar tendências para seus projetos. Dentre as respostas, empresas de renome foram citados ao mesmo passo que outros sites menos confiáveis, porém mais populares foram citados. É o caso da plataforma Pinterest, que por ser um site que contém muito conteúdo criativo, muitas vezes é confundido com uma empresa de tendências.

Uma questão aberta que visava entender sobre a experiência dos respondentes em sites de pesquisa de tendência levantou informações sobre as partes que cada um mais gostou. Foi citado que “a estética dos reports da WGSN são muito agradáveis” e que o template, bem como, os vídeos da empresa Box1824



“são bem produzidos e muito bonitos”. Surgiu respostas também evidenciando a grande quantidade de informações que empresas como a Box1824 e a TrendHunter oferecem. Estas respostas ajudaram na criação dos requisitos de projeto que podem ser visualizados no diagrama no tópico “Requisitos de projeto”.

De modo a validar este projeto, questionou-se sobre a aceitabilidade de um site de tendências desenvolvido pela Universidade Federal de Santa Catarina, e das 28 pessoas que participaram da pesquisa, apenas uma disse que não considera o projeto relevante pois outras empresas já realizam este serviço.



## *designer como público alvo*

○ público apontado como alvo deste projeto possui características muito peculiares que transformam essa persona em um usuário muito complexo. o estudante de design é plural, se interessa por muitos assuntos e bebe de muitas fontes, da arte a gastronomia. Por permear o mundo artístico e conceitual, esta persona possui, geralmente, vasto repertório cultural e visual, fazendo deste, um público muito crítico e que não se atrai por redundâncias. Adora o novo, vangloriza o diferente. Essas peculiaridades são muito úteis para o desenvolvimento deste projeto pois sustenta algumas escolhas estéticas e técnicas.

## *análise de similares*

Para comparar os similares criou-se um quadro para analisá-los parametricamente (ou sincronicamente). De acordo com Baxter (2000, p. 72) “a análise paramétrica serve para comparar os produtos em desenvolvimento com produtos existentes ou concorrentes”. Neste caso foram analisados critérios de ordem qualitativa (cores e tipografia) e critérios quantitativos (imagens, menus, conteúdo gratuito e responsividade), os quais já foram descritos no item “análise de similares”.



SIMILAR	CORES	IMAGENS	MENUS	CONTEÚDO	TIPOGRAFIA	RESPONSIVO
box 1824	Cores oscilam. Tons pastel.	Sim. Ilustrações estilizadas	0. O site todo serve de menu	Gratuito, muitos artigos de fácil entendimento.	Moderna, geométrica e sem serifa.	Sim
PSFK	Branco, preto e roxo.	Não	3. Dois superiores e um inferior.	Pouco conteúdo Gratuito, não é muito fácil de entender.	Moderna, geométrica e sem serifa.	Sim
trendhunter	Branco, preto e vermelho.	Não	7. Quatro superiores, um lateral e dois inferiores	Gratuito, muito conteúdo, fácil de entender.	Moderna, geométrica e sem serifa.	Sim
science of the time	Branco, preto e vermelho.	Sim. Três imagens conceituais.	2. Um superior e um inferior.	Alguns conteúdos gratuitos, não é fácil de entender.	Moderna, geométrica e sem serifa.	Sim
WGSN	Branco, preto e azul.	Sim. Cada categoria do site tem uma imagem que a "define".	3. Dois superiores e um inferior.	Alguns conteúdos gratuitos, não é fácil de entender.	Moderna, geométrica e sem serifa.	Sim



Dentre os portais analisados, quatro trabalham com as cores preto e branco associadas à uma terceira, muitas vezes provinda do branding da empresa. Apenas uma - Box1824 - possui um sistema diferente de cores, que atribui uma função mais lúdica à homepage do site. Três portais apresentam imagens (imagens fixas do site, que compõem a identidade visual do site e não são fotos de artigos do site) em sua homepage sendo que uma investe em ilustrações estilizadas para adornar a homepage - Box1824. Quatro sites tem três ou menos menus em sua homepage, contrastando com o site TrendHunter que apresenta sete menus na página inicial. Três sites distribuem pouco conteúdo gratuito em contraponto aos dois - Box1824 e TrendHunter - que distribuem muito conteúdo gratuitamente em seus portais.

Unanimemente, todos trabalham com fontes modernas, geométricas e sem serifa e todos são responsivos.



## conceito

O site de tendências faz parte de um projeto de extensão do curso de Design, chamado CiMU - Circuito Moda UFSC - que, além do site, nos últimos dois anos apresentou a comunidade um evento de moda e duas revistas que divulgam o trabalho da moda dentro do curso na Universidade. O projeto conta com uma equipe composta por dois professores do quadro docente do curso de Design da UFSC e mais 4 alunos voluntários, dentre os quais, o autor deste projeto. Nas reuniões de grupo foi discutido os conceitos apresentados pelo autor e uma votação foi feita para escolher qual seria o conceito do site.

O conceito definido dentro do projeto foi “Futuræ”: partindo de “futuro”, se abordou o conceito da inexistência real de um futuro, pois ele está sempre a frente de nós, gerando a sensação de “movimento”, pois o tempo não está parado. Este movimento, de estar “à frente de nós” gera a interpretação de que o futuro é sempre uma versão progredida do que se está vivendo atualmente. Dentre os conceitos de progresso, sugeridos pelo dicionário Aurélio (2016), temos o termo “adiantamento” que conversa com o conceito central “tendência” no momento que ambos “preveem” o que está por vir.

Esse futurae conta com cores vivas advindas das saturações das telas que estamos expostos e de toda a informação que chega até nós diariamente. Um conceito que incita o movimento mas que possui formas bem rígidas, traduzido no símbolo do conceito: a fonte geométrica cortada dá a sensação de estrutura e a seta nos lembra do movimento do tempo. O termo - futuro em latim - deixa explícito o propósito do site.

A utilização de cores mais marcantes foi uma referência ao sistema utilizado pela empresa Box1824, no intuito de proporcionar uma experiência mais artística e conceitual à homepage do site.

fig. 36 - moodboard "futurae" // fonte: autor



futura  
e



fig. 37 - símbolo do conceito "futurae" // fonte: autor



fig. 43 - moodboard físico // fonte: autor



fig. 42 - símbolo final // fonte: autor

## requisitos de projeto

Com base nas variáveis definidas pelo autor na análise de similares, no questionário com os usuários e no conceito definido para o projeto desenvolveu-se um diagrama de Ishikawa para “sintetizar ideias dentro do processo de projeto, permitindo visualizar a estrutura hierárquica dos requisitos” (PAZMINO, 2015) com o objetivo de defini-los para o projeto.

Foram utilizados os critérios descobertos nas etapas anteriores na criação de uma “lista de critérios ou características” (PAZMINO, A. 2015 p.60) para ajudar na criação do conceito final do site, que possui, em seu DNA, resultados obtidos em todas as etapas de investigação deste trabalho.



## IMAGENS NA HOMEPAGE

sim, com função  
ilustrativa ou  
conceitual

## CORES

- branco
- preto
- terceira cor advinda  
do conceito

## RESPONSIVO

- sim

## DESIGN

- tendências diagramadas
- vídeos produzidos
- template atraente
- organizado

- moderna  
- geométrica  
- sem serifa

## TIPOGRAFIA

- gratuito
- fácil de entender
- grande volume de conteúdo

## CONTEÚDO

## eixo de conteúdo

Seguindo o método de Dick (2015) o eixo de conteúdo engloba o que irá compor a publicação e se subdivide em subeixo de Fluxo e subeixo de Organização.



Todo o conteúdo que será inserido no site provém do trabalho de pesquisa feito pelos alunos do curso de Design da UFSC dentro do projeto 14 - Pesquisa de Tendências, principalmente os textos e materiais audiovisuais produzidos durante o semestre - trendbooks e trendvideos.

Os trendbooks são “livros que resultam da compilação de influências, cores padrões, tecidos, logotipos, esboços, fotografias... divididos por temas super-

detalhados e ilustrados e ainda adaptados a cada tipo de mercado” (RASQUILHA, L. 2015) . Esse conteúdo é desenvolvido ao longo de uma pesquisa de tendência.

No caso dos trendbooks desenvolvidos dentro da Universidade Federal de Santa Catarina esse processo de pesquisa é representado através de três seções: macrotendência, atitudes e aspectos materiais. A macrotendência é o resultado principal do processo de pesquisa; as atitudes são acontecimentos, pessoas, projetos, lugares que servem de fontes que validam a macrotendência num contexto onde essa atitude é uma(um) trendsetter(8). Os aspectos materiais é a seção onde os pesquisadores e designers que trabalham na macrotendência, expressam em painéis com referências tangíveis como a tendência se manifestará no mundo (materiais, formas, cores...).

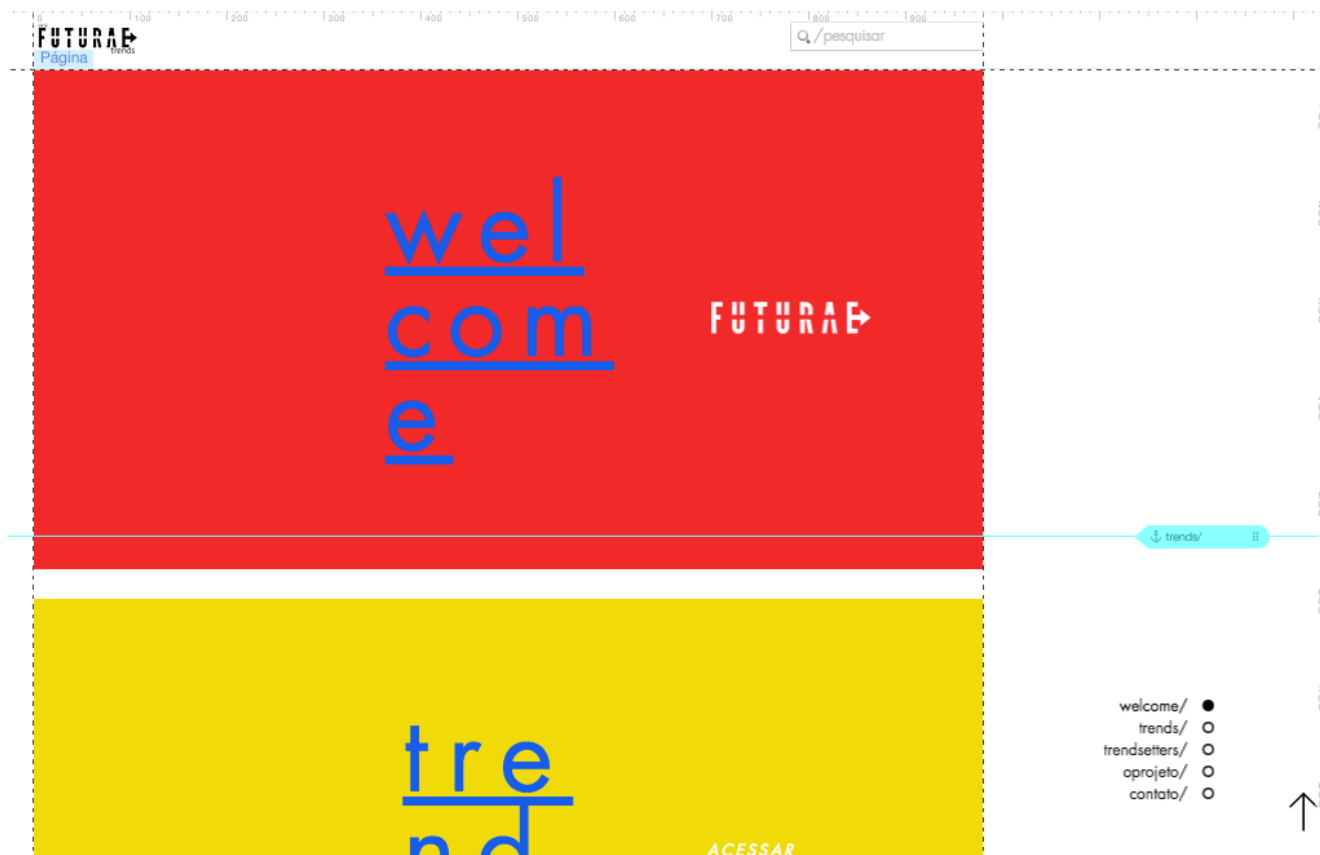
(8) Um trendsetter é alguém que, conforme a palavra em inglês sugere, aponta as tendências. Alguém que, normalmente, está um passo à frente da massificação daquilo que vai vir a ser tendência de moda e por isso, servem como referência do que o mercado e público vai querer consumir muito em breve. (B. Lhays. 2016).



Como limitação do website em relação ao book material, existe o problema da falta da experiência tangível com o objeto, que muitas vezes só é completamente executada num livro real. Um dos requisitos do projeto 14 era a obrigatoriedade de todos os trendbooks de apresentar um item interativo, que serviria para ampliar a experiência do usuário com o produto final.

A publicação digital difere das publicações analógicas, pois, neste contexto de um website com conteúdo de tendência, os itens capa, contracapa e folha de rosto não existem. Elas são substituídas pela homepage e pelos itens que dão as “boas vindas” ao usuário assim que ele entra no website. Neste caso a homepage precisa se “posicionar” de forma “neutra” em relação ao design de todas as capas de todos os trendbooks.

fig. 44 - homepage portal futurae // fonte: autor



Alguns itens como sumário, índice e palavras-chave fazem sentido ao projeto pois o usuário, ao atuar ativamente na leitura da publicação, sentirá necessidade de se localizar ou melhor, de localizar rapidamente o conteúdo que deseja, seja por meio de um índice ou sumário - menu de âncoras fixos na lateral direita do site - ou por meio de palavras-chave - através do campo de busca presente no website.



fig. 45 - âncoras e menu de âncoras // fonte: autor

O método de Dick (2015) sugere pensar em uma narrativa para a publicação, que neste projeto partirá do conceito Futurae e, portanto, trará elementos que conversem com o conceito proposto. Cada tendência que irá compor o conteúdo do site possui narrativa própria, portanto o suporte que carregará o conteúdo além de conceitos do Futurae, irá, em cada seção, ter elementos provenientes da tendência apresentada.

O uso de diferentes mídias é mais do que benéfico ao conteúdo, assume caráter essencial, fazendo o usuário “mergulhar” no universo apontado pela tendência, facilitando sua compreensão. Vídeos e imagens apoiam o conteúdo de tendências e transmitem uma mensagem mais clara

ao usuário, ajudando-o a compreender completamente a publicação. Essas mídias podem estar apresentadas de três maneiras diferentes, conforme o método de Dick (2015):

- **Isoladas:** Cada macrotendência possui, além de seu trendbook um trendvideo que narra e ilustra, através de imagens, vídeos e músicas, a tendência percebida e analisada pelos pesquisadores. Neste caso o trendvideo permanece isolado, pois carrega a mensagem sozinho;
- **Complementares:** Aparece em forma de moodboards e ilustrações no decorrer dos textos da tendência. Serve para ajudar o leitor/usuário a ter uma compreensão maior acerca do conteúdo;
- **Inter-relacionadas:** Músicas, sons, imagens que forem citadas no texto e que aparecem no corpo do site como tradução visual dos conceitos apresentados. Não existem sozinhos pois dependem do texto para contextualizá-los.



## *trendbooks*

A seguir será listado e ilustrado todos os trendbooks desenvolvidos desde 2015 até a última edição do projeto, que aconteceu no primeiro semestre de 2017.



# 2015

fig. 46 - trendbooks 2015 // fonte: autor



- black white and colourful;
- ipower;
- the glory of life;
- eutenticidade;
- we are the city;



- fig. 47 - trendbook "black, white and colorful" // fonte: autor  
 fig. 48 - trendbook "ipower" // fonte: autor  
 fig. 49 - trendbook "the glory of life" // fonte: autor  
 fig. 50 - trendbook "eutenticidade" // fonte: autor  
 fig. 51 - trendbook "we are the city" // fonte: autor

# 2016

fig. 52 - trendbooks 2016 // fonte: autor



- sensorial behaviour;
- i don't have to;
- truself;



fig. 53 - trendbook "truself" // fonte: autor

fig. 54 - trendbook "i don't have to" // fonte: autor

fig. 55 - trendbook "sensorial behavior" // fonte: autor

fig. 56 - trendbooks 2017 // fonte: autor



2017

- essentia;
- o ser;
- comfy freedom;
- cultura pós-ruptura;
- hyperlink.me;
- greyscale;



fig. 57 - trendbook "greyscale" // fonte: autor

fig. 58 - trendbook "hyperlink.me" // fonte: autor

fig. 59 - trendbook "comfy freedom" // fonte: autor

fig. 60 - trendbook "o ser" // fonte: autor

fig. 61 - trendbook "essentia" // fonte: autor

fig. 62 - trendbook "cultura pós-ruptura" // fonte: autor

## subeixo organização

O presente projeto, por apresentar conteúdo autoral, será organizado em forma de repositório, ou biblioteca, ou seja, cada conteúdo provindo das pesquisas de tendências feitas pelos alunos do projeto XIV do curso de Design, será alocada dentro do seu respectivo book(9).



## trends

Os trendbooks serão apresentados de forma linear (figura 63), pois os conteúdos são referentes à algum ano, portanto o material tem lógica temporal. A separação dos anos será feita por meio de uma faixa com imagem conceitual que servirá de âncora para que os usuários possam navegar de forma mais fácil.

A capa de cada trendbook será revelada ao passar o cursor do mouse em cima de uma caixa dinâmica preenchida com uma cor proveniente do conceito do trendbook, de forma a caracterizá-lo melhor.



fig. 63 - estrutura página trends // fonte: autor

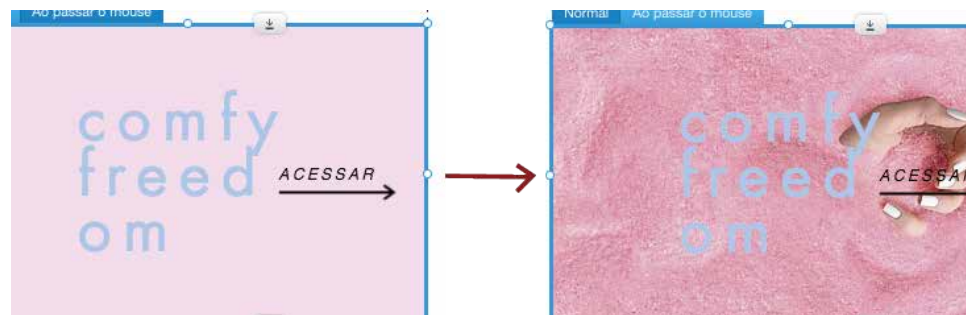
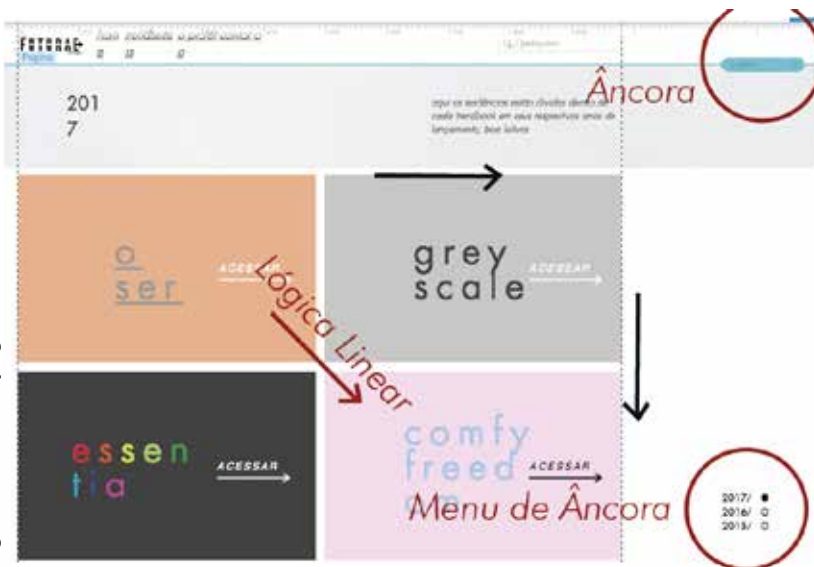


fig. 64 - mouseover na capa da tendência comfy freedom // fonte: autor

○ conteúdo das tendências será disposto de forma a iniciar pelo título da macrotendência, seguido de um breve texto advindo da “welcome note” presente no livro da tendência. Em seguida será possível assistir o trendvídeo para entender melhor a linguagem e as ideias que a página vai tratar. A “degustação” de uma estética proposta pela equipe autora do livro será composta de: uma estética, que irá conter uma paleta de cores da estética apresentada; dois cool examples e um moodboard de aspectos materiais, nesta ordem. Em direção ao fim da página será possível fazer download do trendbook, para ler o conteúdo na íntegra.

○ corpo do texto da tendência, em seu decorrer, apresentará imagens ilustrativas com legendas e possíveis textos de apoio que ajudarão a clarear as ideias do usuário.



fig. 65 - estrutura página "o ser" // fonte: autor



fig. 66 - estrutura página "o ser" // fonte: autor



fig. 67 - estrutura página "o ser" // fonte: autor

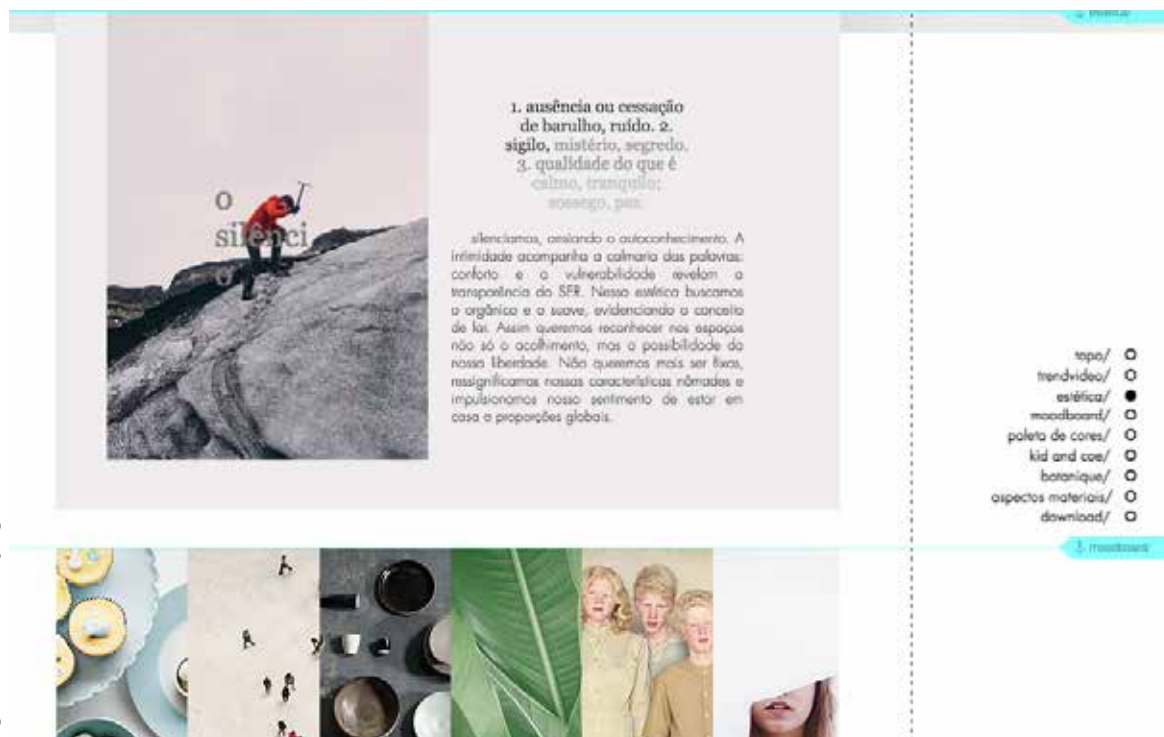


fig. 68 - estrutura página "o ser" // fonte: autor



fig. 69 - estrutura página "o ser" // fonte: autor



fig. 70 - estrutura página "o ser" // fonte: autor





fig. 71 - estrutura página "o ser" // fonte: autor



## trendsetters

A seção “Trendsetters” do website servirá como blog, mostrando cool examples avistados pelos pesquisadores in loco, em websites ou outros meios eletrônicos. Essa seção somente poderá ser mantida durante a execução do projeto XIV, sendo escrita pelos alunos do projeto, ou num possível projeto de extensão, que conte com alunos bolsistas que se encarreguem de alimentar o blog.

Esta seção ainda contará com um item de interação com os usuários do site, estimulando-os a contarem suas histórias por meio de um formulário gerando insumos para próximas pesquisas. Essas histórias passarão por uma curadoria e em seguida serão postadas no site. O conceito desta interação está explicado melhor no item 4.3 Eixo de Funcionalidades.



fig. 72 - publicações da página “trendsetters” // fonte: autor

fig. 73 - interação da página "trendsetters" // fonte: autor

*acha que tem algo que você faz que mais ninguém faz igual? temos nossas peculiaridades e adorariamos saber a sua... quanto mais estranha melhor! talvez sua história seja contada aqui*

*um trendsetter é alguém que, normalmente, está um passo a frente da massificação daquilo que virá a ser tendência*

**conta  
p  
gente**

/email \*

/nome \*

/sua história vai aqui

**Enviar**

## o projeto e contato

Dois outros menus irão compor o mapa do site, porém sem profundidade considerável, são estes: menu “O Projeto” que tratará de informar o usuário sobre como surgiu a ideia e de onde vem todo o conteúdo disponível no website. Outro menu, “Contato” servirá de meio de comunicação entre os usuários e as pessoas que irão gerenciar o website.

fig. 74 - estrutura página "o projeto" // fonte: autor



fig. 75 - formulário página "contato" // fonte: autor



The image is divided into two main sections. The left section features a dense, chaotic collage of various text fragments, likely from newspaper clippings, including words like "life", "market", "crisis", "decision", "investors", and "look likely". The right section is a contact form titled "contato" in large, red, lowercase letters. Below the title, there are four input fields: one for email (labeled "/email \*"), one for name (labeled "/name \*"), one for subject (labeled "/assunto: reclamação, sugestão..."), and one for message (labeled "/msg"). A red button labeled "Enviar" is positioned at the bottom right of the form area.

## teste com usuários

Neste momento de organizar o conteúdo de forma imagética, dois testes com dois usuários pertencentes ao público alvo foram aplicados.

No primeiro, B, 19 anos, estudante de design reportou a dificuldade em entender para o que o site “servia”, desse modo viu-se a necessidade de inserir mensagens para contextualizar o usuário. Neste caso uma imagem com “explicações” foi inserida na primeira caixa de mouseover, a primeira coisa que se vê quando se entra no site.

O mesmo participante reportou que “não entendia o que eram as tendências”, na página trends, pois estas apresentavam nomes aleatórios e sem nenhuma

contextualização. Inseriu-se então uma mensagem no topo da página apenas contextualizando que cada caixa se referia a um livro de tendências e que cada uma estava organizada numa lógica linear e temporal.

Na mesma página, o participante relatou que “parecia estar ainda na homepage” pois as caixas eram do mesmo tamanho da página inicial. Então, diminuiu-se o tamanho das caixas para mostrar ao usuário que existe mais conteúdo rolando a página, pois o mesmo participante relatou que “caixas grandes criavam um visual pesado e não dava para entender que existia mais conteúdo abaixo da primeira tendência”.

fig. 76 - teste com usuário // fonte: autor





fig. 77 - imagem ilustrativa da homepage do portal futurae /  
/ fonte: autor

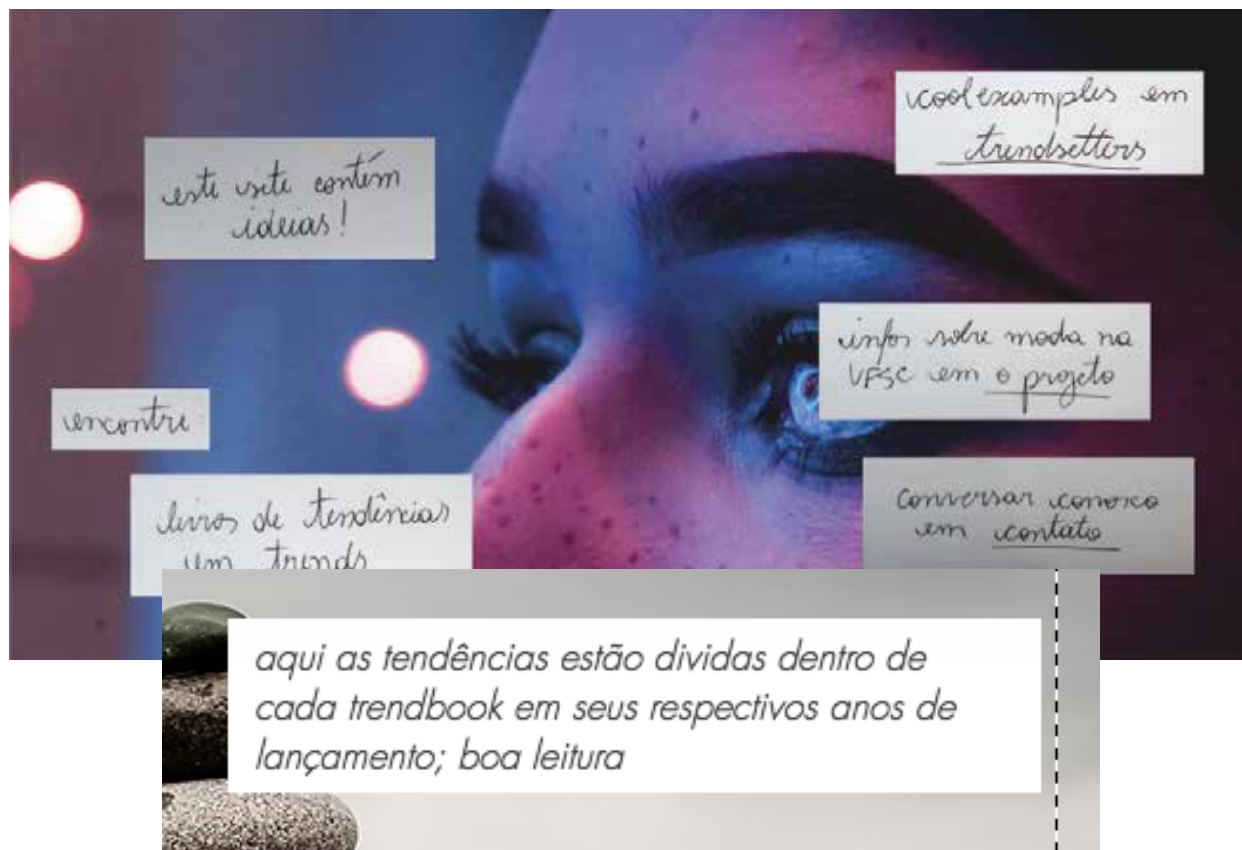


fig. 78 - explicação página "trends" // fonte: autor

O segundo participante, L, 23 anos, estudante de design atentou a detalhes como a posição das setas clicáveis, relatando que por vezes confundiu o ícone à um indicativo de ação, que “parecia que era necessário rolar a página naquele sentido para acessar o conteúdo”. As setas não foram removidas, porém um efeito de transição foi aplicado para cumprir com a ação “proposta” pelo símbolo.

## subeixo fluxo

O fluxo do website será linear, pois “uma estrutura linear faz sentido para aplicações (...) Web que são uma progressão de passos” que no caso de trendbooks que contam histórias com um início, meio e fim, esse tipo de fluxo fica apropriado.

Outro fator que justifica a utilização de um fluxo linear é a rolagem que permite a simplificação da obra, evita a paginação, é tendência em web design e foi apontado como uma melhor forma de visualizar o conteúdo do site em um teste de usabilidade com usuário. Além de todos esses motivos, existe um motivo bem atual que justifica a escolha de uma homepage com rolagem “infinita”: o uso dos smartphones e dos feeds das redes sociais, que possuem a lógica de rolagem que de fato, é infinita.

O modo de leitura será de acordo com a convenção ocidental de leitura: de cima para baixo e da esquerda para a direita. A estruturação da publicação acontecerá em rolo com fluxo vertical dividido em módulos, apresentando um grid para exibição de imagens, textos e outros elementos.

O ritmo de leitura será estruturado num conceito de zapping, fazendo o usuário passar os olhos por todo o conteúdo antes de consumi-lo, portanto o ritmo se sub-dividirá: um primeiro ritmo acelerado, buscando observar

tudo o que está na página. Isso acontecerá devido a estética do site bem como a curadoria de imagens que irão compor o conteúdo. É um segundo ritmo, mais lento e mais próximo do ritmo que o usuário teria ao ler o livro impresso. Além disso o conteúdo será escrito seguindo os princípios definidos por Nielsen (2000):

- ser sucinto;
- parágrafos curtos ou em bullets;
- hipertexto(10);

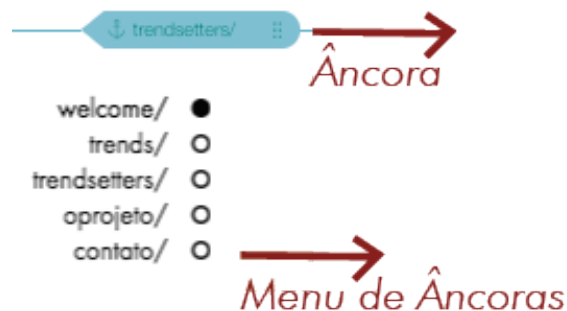
(10) “texto estruturado em rede (em oposição ao texto linear), constituído de nós e de ligações entre esses nós (links). (...) O hipertexto é digital, reconfigurável e fluido.” (Levy apud Dick 2011).



## eixo de funcionalidades

Neste eixo se apontou os possíveis recursos interativos da publicação digital e funcionalidades que o suporte escolhido oferecia.

A homepage possui links no estilo âncora, que “são marcadores de posição invisíveis que você pode colocar em qualquer lugar do seu site, usando para direcionar seus visitantes para uma seção específica”. (Equipe WIX, 2017). Haverão poucos links externos, apenas onde houver necessidade de amparo de outros locais web para completo entendimento do usuário, ou quando se fizer referência a materiais que não possam ser inseridos dentro da publicação.



A metodologia de Dick sugere considerar o uso de notificações, conceito em voga no mundo dos smartphones, porém para esse momento do projeto não se faz necessário, pois o site ainda se encontra em fase conceitual. Talvez em um momento de amadurecimento do portal, quando exista a necessidade do uso de notificações, as mesmas podem ser incorporadas ao projeto.

Todo o material publicado no site é autoral e pertence aos alunos do projeto 14 do curso de design da UFSC, portanto será necessário um disclaimer<sup>(11)</sup> sobre o direito autoral do material. Essa preocupação deverá partir dos autores de cada tendência.

Apesar da preocupação com os direitos autorais das obras, o compartilhamento social ainda é algo que será explorado, pois é interessante para o projeto que outras pessoas conheçam o portal. O compartilhamento social evidencia um cuidado maior com a imagem da marca “Futuræ”, aumentando a importância da curadoria imagética do projeto.

Dick ainda sugere o monitoramento dos acessos por meio de analytics, porém isso não se aplicará ao projeto, permanecendo como possibilidade para um futuro onde um projeto de extensão possa cuidar do website. Publicidade é outra sugestão do metodólogo mas que não será abordada neste projeto pois o site é de cunho acadêmico e sem fins lucrativos.

(11) “Uma frase formal abrindo mão da posse dos direitos de algo ou que encerre a conexão com o objeto”. (Cambridge Dictionary).



Por se tratar de um site que serve como repositório, será indispensável o armazenamento de conteúdo online bem como o download desse conteúdo, neste caso no formato de PDF dos trendbooks. Existirá uma grande quantidade de conteúdo imagético no website devido ao caráter do projeto, portanto é uma preocupação futura o manejo desta quantidade de conteúdo em servidores online.

Outro apontamento futuro é a possibilidade de interação criativa dos usuários com o site por meio de formulários como o descrito no item “trendsetter” do subeixo Organização. Sugere-se que os usuários contem histórias de coisas que eles acreditem serem os únicos a fazer, num contexto onde eles se auto-declarariam lançadores de tendência. Essas informações seriam então analisadas e postadas no blog da seção trendsetters com o intuito de levantar histórias interessantes que possivelmente conteriam conteúdo de tendência.

A ideia da contação de história provém de um outro website chamado História Sem Graça, onde pessoas relatam histórias que consideram não ter graça nenhuma. Os autores do website então fazem uma curadoria das histórias e postam as melhores com o intuito de entreter os usuários.



fig. 80 - site história sem graça // fonte: [historiasemgraca.com.br](http://historiasemgraca.com.br)

# HISTÓRIA SEM GRAÇA

envie sua história para [historiasemgraca@gmail.com](mailto:historiasemgraca@gmail.com).

se ela for sem graça, será publicada aqui.

ouvi minha colega de trabalho cantando uma música que conhecia e quando ia acompanhar cantando com ela, lembrei que minha chefe tem toc e não gosta que cantem no trabalho ai alertei minha amiga pelo gtalk.

fui no açai fernandes. tinha uma fila de 10 pessoas. olhei para a fila, desisti e fui embora.

O projeto tem como propósito servir de plataforma para a pesquisa de tendências, com um público alvo focado em criativos, que nem sempre estão acostumados a grande quantidades de texto, por isso uma ferramenta de busca é indispensável para o website.

Outra sugestão da metodologia é a inserção de metadados como títulos, autores, editores e direitos autorais. Considero os metadados inquestionáveis pois estamos tratando de conteúdo autoral acadêmico.

## eixo de experiência

Neste eixo tratei de estruturar a publicação para que a experiência do usuário no site seja satisfatória. A metodologia associa fortemente uma boa experiência no site ao uso adequado da usabilidade, elevando a importância do tópico à um subeixo: o Subeixo Usabilidade.



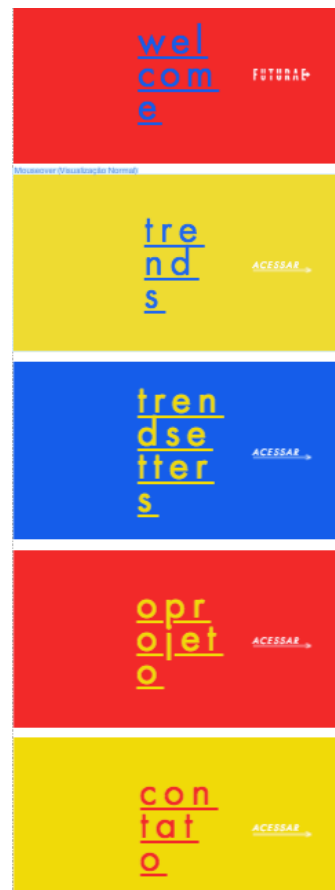


fig. 81 - homepage futurae // fonte: autor

Dick sugere que uma interface que gera uma experiência positiva ao final do uso possui uma navegação consistente, fácil e clara, o que foi buscado no projeto atual através da usabilidade web.

O portal Futurae foi estruturado de forma intuitiva, através do sistema de rolagem na página inicial, tanto em mobile quando em desktop, pois foi uma forma que o autor achou de mimetizar a rotina da maioria dos usuários web atuais pertencentes ao público alvo: o uso diário de feeds em smartphones, onde a principal ação do usuário é rolar páginas com os polegares.

Outro recurso de intuitividade foi manter o menu de âncoras fixos que mantém o usuário localizado no site. O menu por sua parte foi feito em “rolo”, seguindo a idéia dos feeds dita anteriormente. A página inicial não contém conteúdo, ela, como um todo, é o menu (semelhante ao site da empresa Box 1824), fazendo o usuário escolher o que quer ver primeiro.

O layout da página é simples e conta com um botão de voltar posicionado na lateral esquerda, permitindo o usuário “concertar” possíveis “erros”. O botão de voltar foi mantido na forma padrão da seta apontada para a esquerda. Foi considerado criar um sistema de BreadCrumb Trail(12), mas não será necessário pois o site contará com poucas páginas.

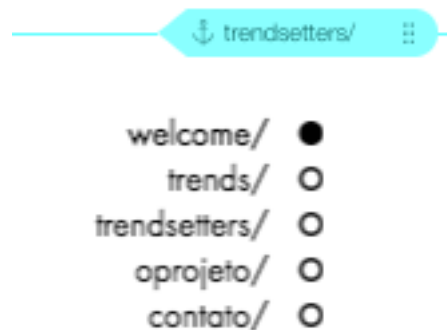


fig. 82 -âncora e menu de âncoras // fonte: autor

(12) “Em websites que possuem muitas páginas, a navegação em breadcrumb pode realçar a maneira como os usuários se localizam no site”. (Gube, J. 2009 )

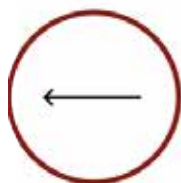


fig. 83 - botão voltar // fonte: autor



1. ausência ou cessação de barulho, ruído. 2. sigilo, mistério, segredo. 3. qualidade do que é calmo, tranquilo; sossego, paz.

silenciamos, ansiando o autoconhecimento. A intimidade acompanha a calma das palavras: conforto e a vulnerabilidade revelam a transparência da SER. Nessa estética buscamos a orgânica e a suave, evidenciando o conceito de lar. Assim queremos reconhecer nos espaços não só o acolhimento, mas a possibilidade da nossa liberdade. Não queremos mais ser fixos, ressignificamos nossas características nômades e impulsionamos nosso sentimento de estar em casa a proporções globais.

- topo/ ○
- trendvideo/ ●
- estética/ ○
- moodboard/ ○
- paleta de cores/ ○
- kid and coe/ ○
- botanique/ ○
- aspectos materiais/ ○
- download/ ○

O autor da metodologia sugere considerar o uso de diferentes canais perceptivos, ativando todos os sentidos. O autor escolheu utilizar os sentidos visão, audição e, semanticamente o tato. A visão é o sentido básico e necessário para a utilização de interfaces visuais, e será estimulada com cores e formas.

A audição será estimulada através da inserção de um player que reproduzirá músicas de curadoria do autor, que realçará a experiência imagética conectada ao conceito do portal. As músicas inseridas nas páginas das macrotendências foram retiradas dos créditos dos trendvídeos, desenvolvidos pelos autores de cada trendbook. Como sugestão futura, o autor indica que cada grupo sugira uma playlist que “converse” conceitualmente com a tendência pesquisada.

O tato será estimulado pela ação do mouseover, que ao passar o mouse em cima das caixas dinâmicas revela uma imagem. A ação é semântica levando em consideração que o mouse é uma extensão do braço.

fig. 84 - player de música // fonte: autor

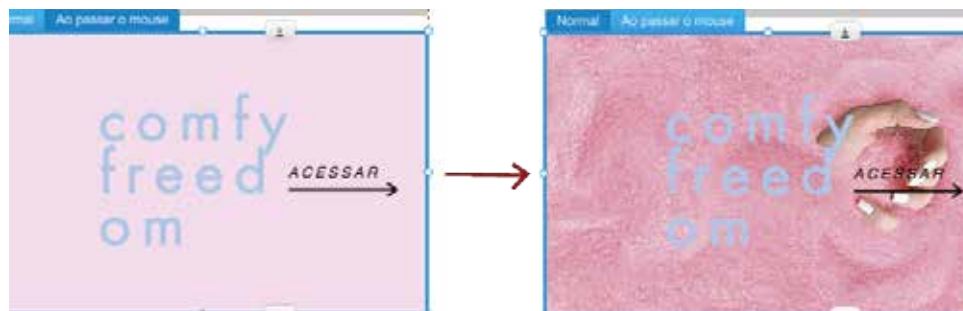
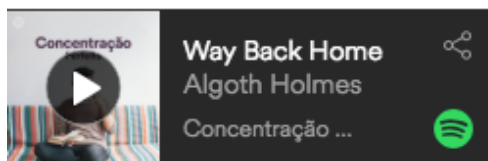
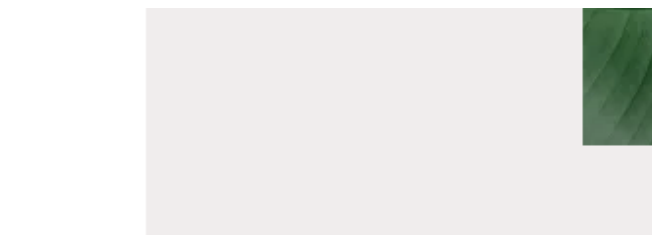


fig. 85 - mimetismo do sentido tato // fonte: autor

De maneira a manter o interesse e a motivação do usuário, o página inicial do portal conta com caixas dinâmicas com sistema mouseover que revela uma imagem conceitual em cada item do menu.

As possíveis interações com o website precisam gerar satisfação no usuário. Isso deve acontecer através de interações dinâmicas e claras, que neste caso se dará por meio de formulários simples de texto, apropriado a qualquer tipo de usuário web.

Outro ponto importante para uma interação satisfatória é a manutenção e o estável funcionamento da interação, bem como o cuidado com a percepção que o usuário terá dos objetos, atentando às affordances citadas pelo metodólogo Dick, mantendo as interações o mais percebidas possíveis, ou seja, deixando o objeto interativo o mais percebido como tal, neste caso, criando um formulário que se pareça com um formulário.





## *subeixo usabilidade*

Este eixo trata dos cuidados do projeto em relação ao uso do sistema pelos usuários, numa lógica onde a interface “resolva” os “problemas” do usuário sem que este necessite de muitos esforços para tal, buscando então construir a usabilidade de forma adequada.

A usabilidade do site foi construída seguindo “regras” de usabilidade advindas da bibliografia existente. Foram analisados alguns escritores, tais como Rogers, Sharp and Preece, Haslam, Williams mas o autor escolhido pelo autor foi Heikkilä (2013) por dois motivos: foi o autor de escolha do metodólogo e foi o autor que expressou as heurísticas com maior tangibilidade e linguagem mais técnica e menos conceitual, em comparação aos demais autores.

Heikkilä separa os tópicos em três seções: acessibilidade, usabilidade e experiência do usuário.

### **acessibilidade:**

■ legibilidade e leiturabilidade: uma tipografia geométrica foi escolhida para trazer a legibilidade para o projeto por diversos motivos, entre eles o baixo contraste entre a espessura das hastes e o corpo da fonte, a facilidade na leitura, a versatilidade da fonte (futura) e a disponibilidade da fonte no banco de dados da plataforma que hospeda o website.

fig. 86 -fonte futura // fonte: autor



A leitura foi incorporada ao projeto através do alinhamento justificado a esquerda, que mantém as linhas com início e fim nos mesmos lugares, acostumando o usuário a um ritmo de leitura. A esquerda é justificada devido ao sistema de leitura ocidental se dar da esquerda para a direita. A caixa de texto terá comprimento mediano para evitar que os olhos se percam no texto ou atrapalhar o ritmo da leitura (com linhas curtas). O espaçamento entrelinhas será considerável para criar conforto na leitura.

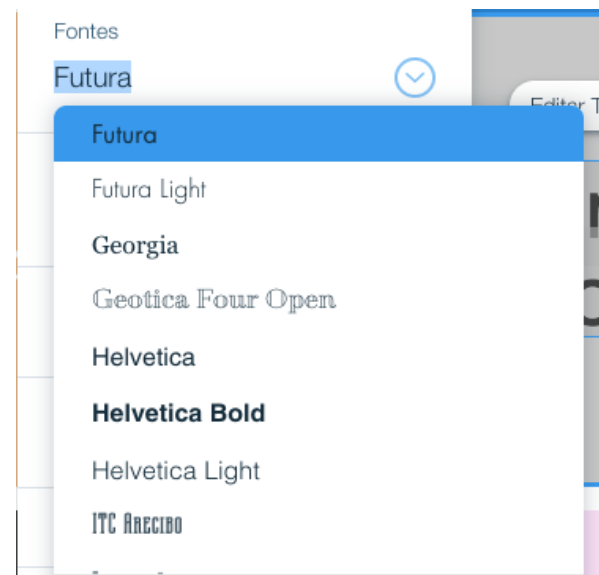


fig. 87 -janela do editor de sites wix // fonte: autor

■ instrução: o website foi projetado para que não necessite de um “manual de instruções” para que o uso seja satisfatório, porém textos de apoio foram inseridos pois verificou-se em teste com o usuário a necessidade de informações, mesmo que mínimas, ao usuário. O design foi construído de forma intuitiva, assim como descrito no item “Eixo de experiência”.

### **usabilidade:**

■ ergonomia: no caso de projetos gráficos, busca-se conforto visual e devido aos novos padrões de acesso a mídias, o bem-estar tátil também é uma preocupação. De maneira a criar uma interface que não agrida os olhos e facilite o processo para o usuário, buscou-se intensificar o contraste entre o corpo do texto e o fundo, destacando a informação para que o usuário não necessite de esforço algum para que a leitura possa ocorrer (em alguns casos, uma aplicação conceitual

da tipografia ignorou estas regras num ato artístico). As preocupações de leitura e legibilidade se aplicam aqui como um todo. Para acessos via mobile, um outro aspecto foi levado em consideração: a criação de espaços tocáveis com área maior que a média dos dedos dos usuários, evitando que itens interativos sejam obstruídos pela mão.

- perceptibilidade: esta heurística ressalta a importância das affordances e de manter os itens interativos os mais óbvios possíveis, evitando criar frustrações no usuário.
- orientação: se faz necessário manter o usuário orientado e informado sobre seu posicionamento no website. Conforme mencionado no item “Eixo de Experiência”, foi considerado a incorporação do sistema de BreadCrumb Trail, porém o projeto conta com poucas páginas, portanto um botão de voltar e um menu fixo resolvem o problema permitindo ao usuário se reposicionar rapidamente, caso esteja em algum “lugar errado”. Ver figura 83

- consistência: talvez o ponto mais importante do projeto, consistência cria um ambiente familiar para o usuário, fazendo-o se sentir cada vez mais livre e amigo da interface. Portanto consistência tem papel fundamental na criação de uma experiência amigável, segura e satisfatória.

- resposta do sistema: pensando em manter o usuário sempre informado da eficiência do sistema, um sistema de feedbacks(13) foi implantado através da transição de páginas; os links do website contém o ícone de uma seta (proveniente do conceito do projeto) indicando movimento. Ao clicar sobre o link (a seta) as

(13) feedback é uma palavra inglesa que significa realimentar ou dar resposta a uma determinado pedido ou acontecimento.



páginas transitam com um movimento de slide(14), confirmando a ação exercida pelo usuário. Além disso viu-se a necessidade de inserir um aviso de “download iniciado com sucesso” como resposta a ação de download dos trendbooks. Um aviso de “mensagem enviada” na página “contato” do website aparece quando a mensagem foi bem sucedida. Caso haja algum erro no preenchimento do formulário, o sistema também indica, mostrando ao usuário o que concertar.

/110\

fig. 88,89 - resposta do sistema // fonte: autor

(14) deslizar

### experiência do usuário:

■ interesse, ludicidade e excitação: buscou-se evitar a monotonia durante o percurso do usuário pelo website através da inserção de caixa dinâmicas (conforme descrito no item “Eixo de Experiência”) que revelassem conteúdo imagético que motivasse o usuário a vasculhar cada vez mais o portal. A presença de players de música também é um item com o intuito de criar excitação no usuário.

■ temperamento e branding: é sabido que cada trendbook desenvolvido durante o projeto 14 possui estética própria, pois é desenvolvido por diferentes autores. O desafio no atual projeto foi transpor o conteúdo para o portal sem descaracterizar o design proposto pelos autores dos trendbooks e ao mesmo tempo manter consistência com o conceito mantenedor. Desta maneira, somente parte do conteúdo do livro foi inserido no website, e este foi exposto na linguagem visual da marca Futurae, através do uso da padronização do design para manter a coerência.

■ interatividade: reforçando o item “Eixo de Experiência”, Heikkilä questiona se a plataforma enriquece a publicação em comparação a versão impressa. A resposta é positiva pois a plataforma digital permite explorar outros recursos audiovisuais - tais como vídeos e sons - , limitados nas versões impressas.

A publicação digital ainda conta com recursos de interatividade social, permitindo que usuários compartilhem o conteúdo em redes sociais, e aumentem o alcance do projeto.

O autor sugere permitir que o usuário tenha acesso a interações adaptantes, ou seja, que o usuário possa destacar textos ou tomar notas. Esta sugestão foi levada em consideração mas foi descartada pois o portal permite download do conteúdo na íntegra em PDF, e geralmente os aplicativos necessários para a leitura do arquivo já oferecem esses recursos.

Por fim, interações criativas foram estimuladas através da página “Trendsetters” e da possibilidade da colaboração do usuário com o projeto.



## usabilidade visual

**B**uscando aprimorar ainda mais a experiência do usuário com o website, alguns cuidados com a usabilidade visual foram levados em consideração:

### **hierarquia:**

“Em webdesign, mostre onde o usuário está e onde ela ou ele pode ir” (Williams, R. 2004) O projeto buscou aplicar a afirmação através da inserção de um menu fixo e do botão voltar estrategicamente posicionado, conforme o item “Eixo de Experiência”.

É necessário que o usuário não tenha problemas com o confronto entre sua percepção e a importância da informação exposta, portanto criou-se uma hierarquia informacional utilizando a tipografia que já foi defendida no item a)-leiturabilidade e legibilidade. Utilizar a

família tipográfica ajudou na separação de títulos, subtítulos, legendas e corpo de texto: “Quanto maior e mais espessa a fonte, mais importante. Quanto menor e mais estreita a fonte, menos importante” (William, R. 2004).

O objetivo da hierarquia informacional é criar uma trilha para o leitor/usuário percorrer.

### **consistência:**

é basicamente a criação de uma padronização no design do projeto, “repetindo alguns aspectos do design no projeto como um todo”. Consistência é importante para que “seus visitantes sempre saibam que estão no mesmo website” (Williams, R. 2004).

## *eixo de superfície*

**E**ste eixo trata de organizar a apresentação e a visualização do conteúdo.



Dick inicia sugerindo analisar a interação entre o objetivo informacional e o perfil do público alvo. Este projeto tem como objetivo informacional muito mais do que somente comunicar tendências, mas transmitir sensações e ideias que de certa forma influencie os criativos. Buscar, na medida do possível, o “efeito Rihanna”, que através da estética e da criatividade chegar a um patamar de “cultura influencer”. Este tipo de objetivo é bem aceito pelo público alvo formado por estudantes de design. Esse público possui forte apreço pela estética, está constantemente antenado e necessitam de fomentos de qualidade para seus processos criativos e de pesquisa.

O conceito Futurae, através da curadoria imagética, do formato e da paleta cromática, construiu uma personalidade que responde aos objetivos estéticos e criativos do conceito e do moodboard inicial.

É de intenção do autor do projeto a simplificação visual, mantendo o conteúdo como foco da atenção do usuário, portanto uma clareza informacional. Fica como sugestão para momentos futuros no projeto que cada equipe pesquisadora pense em uma escrita com cunho mais universal, utilizando ícones reconhecidos facilmente e numa linguagem mais acessível.

A metodologia propõe considerar o formato de tela, os espaços em branco, as margens, a proximidade, o posicionamento e o alinhamento dos elementos. Basicamente,

os tópicos englobados pela Gestalt. “Max Werthmeier estabeleceu as “regras da Gestalt” (que advém do galho da psicologia chamado Teoria da Gestalt) que define o que é considerado, visualmente, uma unidade versus o que é considerado um grupo de elementos separados” (Erihoff, Marshall, Gruyter. 2008)

A primeira heurística que foi levada em consideração foi a do alinhamento, que consiste em criar linhas visuais implícitas que conectam os elementos em uma página. “Nada deve ser inserido na página arbitrariamente. Cada item deve ter uma conexão visual com algum outro elemento na página” (Williams, R. 2004). Neste contexto aproveitou-se para considerar a definição de um grid para estruturar a relação entre os diferentes elementos da página. “O uso de um grid dá a publicação consistência criando uma forma coerente. Designers que utilizam grids acreditam que essa coerência visual permite ao leitor focar mais no conteúdo e menos na forma” (Haslam, A. 2006).

A segunda heurística pede cuidados com a proximidade e o agrupamento de elementos da publicação. Itens de igual relevância à hierarquia informacional foram mantidos próximos, mas desconexos entre si. Os elementos que têm conexão (uma figura mencionada no texto, por exemplo) foi inserida num agrupamento, evidenciando a conexão.

De maneira a conferir uma forma impactante ao projeto e de elevar a relevância do conteúdo e do portal, foi criado margens largas no perímetro da borda para criar um visual dramático e isolado. (Design for print and web: An Introduction to theory, principles and techniques, John Dimarco, 2011).

A última heurística aperfeiçoada neste projeto foi o contraste, que de acordo com Williams (2004) deve “evitar elementos na página que são meramente semelhantes. Se os elementos não são os mesmos, então faça-os muito diferentes. Contraste é geralmente o que mais causa atração visual em uma página”.

Por fim, Dick sugere considerar o uso adequado de cor, verificando se o contraste da tipografia com o fundo da caixa de texto é o suficiente para conferir usabilidade e também considerar a cor enquanto elemento criativo através da criação de uma paleta cromática, que neste projeto conta com cores com referência as saturações das telas que estamos dispostos, num conceito tecnológico de futuro. Essas cores são mais primárias e secundárias, mantendo o caráter simples que já existe nas formas bem geométricas e simplistas.



# considerações finais

Este projeto de conclusão de curso permitiu ao autor a utilização de vários conhecimentos aprendidos durante o decorrer do curso, bem como a possibilidade de mostrar a banca examinadora, aos orientadores o estilo de trabalho e o olhar como designer adquirido na graduação em Design, pois o autor acredita já possuir certa convicção profissional, devido às experiências profissionais autônomas que executou como produtor de moda e/ou diretor de arte.

Este website foi construído seguindo princípios de design gráfico combinados com conceitos de web design. O conteúdo possui cunho de moda e o material imagético tem forte apelo artístico. A multidisciplinariedade deste projeto foi um desafio que mostrou ao autor como todas

as faces do “diamante” se inter-colaboram para criar a joia que é o produto final de design. Cada área possui sua expertise e seus apontamentos nada subtraem quando combinada a outras áreas.

O portal Futurae possui conceito próprio, apresenta o repositório com o conteúdo de tendências do projeto 14 e fica de legado para os próximos alunos do curso, através da disponibilidade de conteúdo pertinente e da possibilidade de se tornar um portal operante. Além disso, o projeto 14 entrega todos os anos pesquisas

de comportamento e apontamentos de materiais que são valiosos para designers e estudantes de design.

Os objetivos específicos foram cumpridos, pois para a criação do website completo foi necessário reunir e classificar o conteúdo e criar um conceito para o portal. O website possui materiais integrais para download, informa os usuários o conteúdo de tendências e foi adaptado a critérios de usabilidade sempre que necessário.

As orientações de Dick foram mais do que necessária para o desenvolvimento deste projeto pois o mesmo - apesar de ser um website e conversar com conceitos de web design - possui caráter de publicação. Por conter grande conteúdo na forma de publicação, o método de Dick foi importante para criar estruturas que funcionassem para cumprir o objetivo proposto, não só pelo presente projeto, mas por cada livro de tendência inserido no portal, que

no momento de criação pretendeu informar seus usuários sobre tendências. O método também foi útil para ordenar o processo de criação, que, mesmo que artístico em alguns momentos, ainda precisava de amparo de uma metodologia para poder entregar um produto de design devidamente funcional.

O conteúdo foi inserido no site procurando se alinhar e se adequar ao usuário - conforme o tópico “usuário” dentro do subeixo “conceito” - e ao tipo de suporte utilizado para o projeto. Estes cuidados



foram tomados de maneira a incentivar o usuário a fazer o download do conteúdo integral.

No decorrer do projeto, ergonomia e decisões artísticas se confrontaram. Em alguns momentos a estética foi a linha guia no intuito de fazer a diferença, como no caso da homepage que não abriu mão das combinações contrastantes entre tipografia e fundo para cumprir sua função. De certa forma foram “ignoradas” as heurísticas tradicionais de usabilidade web para que a estética prevalecesse. Outros momentos, a ergonomia e os testes com usuários conduziram: a página trends foi redesenhada após um usuário relatar alguns problemas, de modo a criar um produto final com função técnica refinada.

Portanto, com este trabalho conclui-se que na prática projetual profissional deve-se utilizar sempre de

grandes reflexões nos momentos de decisões pois tanto técnica como estética tem um papel crucial na trilha projetual de design, e cada um ajuda a fazer a diferença no produto final.

Foi levado em consideração os custos do projeto: caso passe de conceitual para aplicável seria necessário verificar a possibilidade de uso das fontes que possuem royalties. Não havendo verba, uma fonte com características semelhantes e royalty-free deve ser usada em substituição à fonte Futura.



referências

AMORIM, L. Com O Grupo, foco em jovens. Revista Exame, 2011. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/jovens-irreverentes-e-disputados/>>. Acesso em: set. 2017.

BAXTER, M - Projeto de Produto. Edgar Blücher, São Paulo, 2000

DA SILVA, TOMAZ TADEU "A produção social da identidade e da diferença." Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes (2000): 73-102.

DICK, M. Design de publicações digitais sistemáticas: um conjunto de orientações. 2015. 175 p. (Mestrado em Design) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2015.

DIMARCO, John "Digital Design For Print and Web: An Introduction to Theory, Principle and Techniques", 2011.

FIALHO, FRANCISCO A. P. et al "Métodos e Técnicas em Ergonomia".

HASLAM, Andrew "Book Design", 2006

HEIKKILÄ, Harri "Towards Table Publication Heuristics", Aalto, Finlândia, 2013.

LIPOVETSKY, Gilles “O Império do Efêmero”. 1989

MONTEIRO TROTTA, Leonardo. O avanço pela espiral de Avalovara. Revista Garrafa, [S.l.], v. 11, n. 1, 2006. ISSN 1809-2586. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/garrafa/article/view/7550>>. Acesso em: 19 Out. 2017.

PAZMINO, A - Como se Cria: 40 métodos para design de produtos. Blucher, São Paulo, 2015.

PESSIS, S. PSFK - New trends coming your way. All My Faves, 2009. Disponível em: <<http://blog.allmyfaves.com/weekly-faves/psfk-psst-new-trends-coming-your-way/>>. Acesso em: set. 2017.

PREECE, Jeniffer “Beyond Human Computer Interaction”. Yvonne Rogers, Hellen Sharp. Phoenix, 2002.

RECH, S; Método para pesquisa de tendências: uma revisão do modelo Futuro de Presente. ModaPalavra, E-periódico, 2016.

WILLIAMS, Robin “The Non Designers Design Book”, PeachPit Press, California, 1989.



**FUTURAE** ➔